

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Dalam pertumbuhan ekonomi nasional, industri kreatif berperan penting karena perkembangan era digitalisasi yang meluas seiring berjalannya waktu. Hal ini berpengaruh kepada berbagai macam sektor, salah satunya adalah pariwisata. Berdasarkan ekon.go.id (2021), melalui UU Cipta Kerja dan program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), pemerintah memberi dukungan pada perkembangan industri kreatif, seperti desain komunikasi visual dalam sektor pariwisata. Pada umumnya, Kemenparekraf RI bertanggung jawab dalam perkembangan industri kreatif di Indonesia. Ditinjau dari data yang dikeluarkan oleh Kemenparekraf pada laman industri.kemenparekraf.go.id, usaha ekonomi kreatif di Indonesia telah terhitung sebanyak 15.898, usaha pariwisata mencapai 14.685, dan akan terus bertambah mengikuti perkembangan industri kreatif yang akan datang. Kenyataan tersebut menjadi kesempatan sekaligus dorongan bagi penulis untuk mempelajari lebih dalam mengenai ilmu kewirausahaan di bidang pariwisata.

Saat melakukan perjalanan wisata, salah satu hal penting yang lumrah untuk dilakukan adalah membuat perencanaan. Namun, ada beberapa kendala yang rentan dihadapi oleh banyak wisatawan. Kendala tersebut meliputi kesulitan dalam menyesuaikan perhitungan budget (*overbudget*), kebingungan akan barang bawaan yang akan digunakan di tempat tujuan seperti lupa membawa barang atau kelebihan bawaan, perubahan cuaca secara mendadak, tempat tujuan yang terlalu ramai atau tutup saat sudah sampai, kebingungan mengenai jadwal dan lokasi transportasi umum, dan sebagainya (IDN Times, 2023; FWD.com, 2022; Sinaga, 2018; Hartoyo, 2019; Pratiwi, 2021).

Oleh karena itu, PT WeTravel Indonesia menyediakan layanan berupa aplikasi bernama Weesata sebagai solusi dari permasalahan yang sering dialami

oleh wisatawan. Weesata merupakan aplikasi yang bergerak di bidang pariwisata, memungkinkan pengguna untuk melakukan perencanaan yang lebih mudah dan praktis, serta membantu pengguna melalui berbagai macam fitur yang dapat menjadi bantuan serta jawaban atas kendala-kendala yang dihadapi saat berwisata, seperti merekomendasikan tempat wisata, membantu menghitung budget, membantu serta mengingatkan barang yang akan dan penting untuk dibawa dalam perjalanan, dan sebagainya yang dapat menunjang kebutuhan pengguna dalam melakukan perjalanan dekat maupun jauh.

Dalam perancangan aplikasi Weesata, dibutuhkan aset-aset desain grafis serta ilustrasi untuk membantu menjelaskan setiap fitur pada aplikasi, serta menambah estetika visual pada tampilan *user interface*, dengan harapan pengguna tidak hanya menikmati aplikasi sebagaimana fungsinya, tetapi juga menambah kenyamanan dalam penggunaannya. Aset visual memiliki peran penting dalam membentuk aplikasi/*brand* untuk memperkuat makna dan nilai tukar dalam sebuah perancangan (Ale, 2020). Adapun ilustrasi memiliki arti gambar yang diciptakan untuk suatu tujuan (Soedarso, 1990), dan berfungsi sebagai penjelasan atau penggambaran dari sebuah tulisan, yang membantu pembaca dalam memahami sebuah materi (Rohidi, 1984). Sementara itu, maskot merupakan sebuah karakter yang menjadi wakil atau lambang dari suatu perusahaan atau *brand*, yang memiliki ciri khas serta nilai-nilai tertentu yang berkaitan dengan perusahaan itu sendiri (Ardhi, 2013; Wheeler, 2009).

Oleh sebab itu, penulis sebagai *Chief Creative Officer* (CCO) berperan untuk menciptakan elemen-elemen visual seperti aset desain, ilustrasi visual, maskot Weesata sebagai penarik perhatian target audience sekaligus membantu pengguna dalam menyelesaikan masalah pariwisata, dan lain-lain, yang berkaitan dengan hal estetika visual untuk menarik target pasar dan menambah kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi Weesata. Perancangan ini dilakukan dengan mempertimbangkan preferensi target audiens yaitu gen Z usia 20-25 tahun, serta pertimbangan aset visual yang dimiliki oleh kompetitor agar Weesata memiliki gaya visual yang lebih unik dan menarik bagi para pengguna.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Bagaimana perancangan aset desain dan ilustrasi visual aplikasi Weesata untuk PT WeTravel Indonesia?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Identifikasi terhadap batasan masalah dilakukan oleh penulis yang berfokus pada segmentasi target pasar untuk aplikasi Weesata, yang telah dijabarkan sebagai berikut.

1. Demografis

- a. Umur Primer : 20-25 tahun
- b. Umur Sekunder : 26-30 tahun
- c. Gender : Laki-laki dan Perempuan
- d. Status : Mahasiswa, Fresh Graduate, Pekerja
- e. SES : B-A

Dalam perancangan ini, secara demografis, target primer yang ditetapkan adalah berusia 20-25 tahun dan target sekunder berusia 26-30 tahun, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan dan berstatus sebagai mahasiswa, lulusan mahasiswa, atau pekerja, serta SES B-A. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Purnama (2022) bahwa banyak golongan muda yang menyukai liburan di dalam negeri.

2. Geografis

- a. Domisili : Indonesia, khususnya Jabodetabek
- b. Tempat Tinggal : Apartemen, Rumah, dan Kost

Secara geografis, target berdomisili di kota-kota besar Indonesia seperti Jabodetabek, dan tinggal ini apartemen, rumah, maupun kost/kontrakan. Target secara geografis ini telah disesuaikan dengan status dan SES dari target secara demografis, yang merupakan mahasiswa dan pekerja dengan SES A-B.

3. Psikografis

- a. Orang-orang yang suka travelling dan menjelajahi tempat baru
- b. Orang-orang yang butuh *healing* dari pekerjaan
- c. Orang yang tidak tahu ingin hangout kemana
- d. Orang yang suka berpergian bersama dengan teman maupun keluarga
- e. Orang yang sulit atau malas melakukan perencanaan untuk bepergian

Secara psikografis, target pasar merupakan orang yang suka berpergian bersama dan melakukan perjalanan ke tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi, orang yang membutuhkan hiburan untuk melepas penat, orang yang masih kebingungan dalam memilih tempat pergi, serta orang yang memiliki kendala dalam merencanakan perjalanan.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ditetapkan tujuan perancangan sebagai berikut.

Merancang aset desain dan ilustrasi visual aplikasi Weesata untuk PT WeTravel Indonesia.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Perancangan ini diharapkan bisa memberikan beberapa manfaat bagi orang-orang tertentu, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Penulis.

Perancangan ini bermanfaat bagi penulis dalam menunjang kelulusan MBKM Kewirausahaan, serta menjadi pembelajaran dalam merancang sebuah aplikasi dan penyusunan strategi bisnis.

2. Bagi Orang Lain.

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para wisatawan yang merasa kesulitan dalam melakukan perencanaan perjalanan dan yang masih merasa kebingungan untuk menentukan dan menyusun tempat wisata yang ingin dituju. Melalui aplikasi Weesata, pengguna juga dapat menghindari terjadinya kejadian yang tidak

diinginkan saat sedang melaksanakan liburan, seperti tempat ramai, tertinggal transportasi, dan lainnya.

3. Bagi Universitas.

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber ilmu bagi Universitas Multimedia Nusantara, menjadi acuan serta referensi bagi mahasiswa yang juga akan melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan MBKM Kewirausahaan dan bidang pariwisata.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Program MBKM Kewirausahaan diawali dengan *meeting* sosialisasi MBKM pada tanggal 1 November 2024 di Function Hall Universitas Multimedia Nusantara. Kemudian, tanggal 6 Desember 2024 merupakan tenggat waktu pengumpulan formulir ide bisnis serta pemilihan *cluster* MBKM. Berikutnya, pelaksanaan *briefing* berupa *kick-off meeting* untuk persiapan *cluster* MBKM yang diadakan secara daring melalui *Zoom Meeting* pada 22 Januari 2025, diikuti dengan registrasi *cluster* MBKM melalui *website* Merdeka tanggal 23 Januari 2025. Lalu, pada 3 Februari 2025, diadakan kembali *kick-off meeting Ideation Program Cluster Kewirausahaan* oleh Skystar Ventures secara luring di *Function Hall* Universitas Multimedia Nusantara, yang sekaligus menjadi pembuka periode bimbingan *Cluster MBKM* tahap pertama yang dilaksanakan dari tanggal 4 Februari 2025 hingga 28 Maret 2025. Selama periode bimbingan ini, mahasiswa wajib mengisi *daily task* setiap harinya selama 9 jam kerja dari pukul 08.00 hingga 18.00 dan melakukan bimbingan secara berkala. Setelah periode MBKM tahap pertama selesai, dilaksanakan evaluasi 1 *cluster* MBKM pada tanggal 24 Maret 2025 sampai 28 Maret 2025 yang menjadi penilaian dari periode bimbingan MBKM tahap 1, dan dilakukan secara individu.

Mulai tanggal 7 April 2025 sampai 23 Mei 2025, dimulai periode bimbingan tahap kedua *cluster* MBKM. Kemudian, pra sidang evaluasi kedua *cluster* MBKM dilaksanakan pada 13 Mei 2025 hingga 16 Mei 2025, yang berikutnya dilakukan Evaluasi 2 MBKM pada tanggal 19 Mei 2025 sampai 23 Mei 2025. Sama seperti Evaluasi pertama, evaluasi kedua ini juga dilakukan secara individu. Lalu, pada

tanggal 3 Juni 2025 sampai 6 Juni 2025, dosen pembimbing internal akan melakukan pengecekan terhadap kelengkapan dokumen sidang. Setelah pengecekan selesai dilaksanakan, sidang *cluster* MBKM dimulai dari tanggal 11 Juni 2025 hingga 12 Juni 2025. Terakhir, pada 24 Juni dan 25 Juni 2025, dilaksanakan revisi dan pengesahan laporan akhir sidang *cluster* MBKM, yang merupakan periode pengumpulan laporan sidang yang sudah di revisi dan ditandatangani oleh dewan sidang.

Waktu	Alur	Keterangan
1 November 2024	Sosialisasi Cluster MBKM	Onsite, prodi, function hall gedung A
6 Desember 2024	Pengisian formulir cluster mbkm	Pengumpulan pemilihan kelompok dan mbkm kewirausahaan
22 Januari 2025	Briefing persiapan cluster mbkm	Kick off meeting
23 Januari 2025	Registrasi cluster mbkm ke website merdeka	Pengisian regis cluster mbkm kewirausahaan ke website merdeka
3 Februari 2025	Kick off ideation program klaster kewirausahaan	Onsite, skystar ventures, function hall
4 Februari 2025- 28 Maret 2025	Periode bimbingan Cluster MBKM (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting).	Periode bimbingan cluster mbkm mengisi daily task dan counselling meeting
24 Maret 2025-28 Maret 2025	Evaluasi 1 cluster Mbkm	Periode Penilaian Evaluasi 1 Cluster MBKM, dilakukan secara individu.

7 April - 23 Mei 2025	Periode Bimbingan Tahap 2 Cluster MBKM	Periode bimbingan Cluster MBKM (Mengisi Supervisor dan Advisor Daily Task serta Counselling Meeting).
13 Mei 2025 - 16 Mei 2025	Periode pra sidang evaluasi 2 cluster MBKM	Bimbingan Wajib Pra Pendaftaran Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM, dosen internal melakukan final checking konten laporan sidang
19 Mei - 23 Mei 2025	Evaluasi 2 cluster MBKM	Periode penilaian evaluasi 2 cluster mbkm secara individu
3 Juni - 6 Juni 2025	Pengecekan kelengkapan dokumen sidang	Dosen pembimbing Internal melakukan pengecekan kelengkapan laporan sidang
11- 12 Juni 2025	Sidang evaluasi 2 cluster mbkm	Periode sidang evaluasi 2 cluster mbkm offline/onsite
24-25 Juni 2025	Revisi dan pengesahan laporan akhir sidang cluster Mbkm	Periode Pengumpulan Laporan Sidang Evaluasi 2 yang sudah di revisi dan mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang.

U M M N
 U N I V E R S I T A S
 M U L T I M E D I A
 N U S A N T A R A